

Wolling, Jens:

**Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und die
Nutzung von Fernsehserien : ein Beitrag zur Theorie und
Empirie der subjektiven Qualitätsauswahl von
Medienangeboten**

Original erschienen in:

Publizistik : Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung. - Wiesbaden : VS
Verl. für Sozialwiss. - 49 (2004), 2, S. 171-193.

ISSN print: 0033-4006

ISSN online: 1862-2569

DOI: 10.1007/s11616-004-0035-y

URL: <http://dx.doi.org/10.1007/s11616-004-0035-y>

[Gesehen: 06.11.2015]

Jens Wolling

Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und die Nutzung von Fernsehserien

Ein Beitrag zur Theorie und Empirie der subjektiven Qualitätsauswahl von Medienangeboten

Ein Blick in die Programmzeitschrift genügt: Familienserien, Krimiserien, Zeichentrickserien, Comedyserien, Science-Fiction-Serien... Fast alle Sender setzen in beträchtlichem Umfang auf serielle Angebote, mit dem Ziel, das Publikum dauerhaft an das Programm zu binden (vgl. Zubayr 1996). Ob eine erfolgreiche Programmbindung im Wesentlichen auf programmstrukturelle Faktoren zurückzuführen ist (vgl. Goodhardt/Ehrenberg/Collins 1975) oder ob sich dahinter inhaltliche Präferenzen verbergen, die mit den jeweiligen *Eigenschaften* des Programmangebots in Beziehung stehen, ist jedoch eine offene Frage. Die Antwort darauf ist sowohl für die Praxis der Programmplanung als auch für das theoretische Verständnis und die Modellierung des Fernsehnutzungsprozesses von Bedeutung. Empirisch gilt es herauszufinden, welche Faktoren die Auswahl und Nutzung von Fernsehserien beeinflussen: Warum schalten die einen regelmäßig bestimmte Serien im Fernsehen ein, die anderen hingegen schauen sich diese nur selten oder nie an? Warum sieht sich ein bestimmter Zuschauer die eine Fernsehserie häufig an, die andere jedoch gar nicht? Sind solche Unterschiede im Wesentlichen auf habitualisiertes Nutzungsverhalten und strukturelle Rahmenbedingungen zurückzuführen, oder können sie dadurch erklärt werden, dass die Erwartungen an die Qualität von Fernsehserien und die Wahrnehmung von Qualitätseigenschaften der verschiedenen Serien zwischen den Rezipienten variieren? Auf diese Fragen soll im Folgenden eine empirische Antwort gegeben werden. Die Studie will also klären, welche Qualitätserwartungen die Zuschauer an serielle Unterhaltungsformate im Fernsehen haben, wie sie die Qualität einzelner Angebote wahrnehmen und in welcher Beziehung die Erwartungen und Wahrnehmungen zur Nutzung dieser Angebote stehen.

1 SERIENFORMATE IM FERNSEHEN

Serielle Formate sind typische Angebotsformen von Medien, die periodisch oder kontinuierlich erscheinen. Man findet sie sowohl in den Printmedien als auch im Rundfunk, und dort jeweils in unterschiedlichen Angebotsbereichen: In Serie produziert werden a) Medienangebote, die den Anspruch erheben Realität darzustellen

Dr. Jens Wolling ist wissenschaftlicher Assistent im Fachgebiet Politikwissenschaft/Medien des Instituts für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau und vertritt zur Zeit die Professur für Multimedia und Online-Kommunikation am Institut für Kommunikationswissenschaft der Ludwig-Maximilians-Universität München.

(z. B. Nachrichtensendungen), b) Angebote, bei denen Realität erst entsteht (z. B. Spielshows), sowie c) Medienangebote, in denen Fiktion präsentiert wird (z. B. Krimis). Wenn in der Literatur über Serien geschrieben wird, dann geht es allerdings in den meisten Fällen nur um den letzten Bereich, so auch in dem vorliegenden Beitrag.

Gemeinsam haben alle Serien, dass sie aus mehreren Einheiten bestehen, die in jeweils spezifischer Weise miteinander verknüpft sind. Diese Verbindung kann sowohl durch formale als auch durch inhaltliche Merkmale hergestellt werden. Bei Fernsehserien sind dies beispielsweise ein fester Sendeplatz, Regelmäßigkeit der Ausstrahlung, Erkennungsmelodien und Intros, thematische Zusammengehörigkeit, vor allem aber die Kontinuität der Handlung, der Schauplätze und der Akteure. In der Literatur werden mehrere Serienvarianten unterschieden (vgl. Hickethier 1996: 183ff.; Mikos 1994: 135ff.). Auch wenn es keine einheitlichen Benennungen und keine übereinstimmenden Definitionen gibt, so lassen sich doch die folgenden fünf Typen differenzieren: Reihen (z. B. »Tatort«), Miniserien (z. B. »Fackeln im Sturm«), Episoden-serien (z. B. »Raumschiff Voyager«), Fortsetzungsserien (z. B. »Simplemente Maria«) und Endlosserien (z. B. »Lindenstraße«). Die Unterschiede zwischen den fünf Typen lassen sich anhand von drei Kriterien beschreiben: a) Zahl der Folgen, aus der die Serie besteht, b) Intensität der Verknüpfungen zwischen den einzelnen Folgen und c) Abgeschlossenheit der gesamten Serienhandlung (Tabelle 1). Dass sich unterhalb dieser Einteilung weitere aufschlussreiche strukturelle und inhaltliche Unterscheidungen und Klassifikationen vornehmen lassen (vgl. z. B. Liebes/Livingstone 1998), ist für die vorliegende Untersuchung von untergeordneter Bedeutung. Perspektivisch bieten sich hier aber durchaus weitere Anknüpfungspunkte für die Identifikation von spezifischen Qualitätsanforderungen.

Im Folgenden wird es ausschließlich um Serien gehen, die aus einer größeren Anzahl von Folgen bestehen sowie eine mittlere bis starke Intensität der Verknüpfung zwischen den Folgen aufweisen.

Klassifikation von Serien

Tabelle 1

	<i>Zahl der Folgen</i>	<i>Intensität der Verknüpfung zwischen den Folgen</i>	<i>Abgeschlossenheit der Serienhandlung</i>
<i>Reihe</i>	unbestimmt	gering	keine zusammenhängende Serienhandlung
<i>Miniserie</i>	wenige	stark	Serienhandlung insgesamt abgeschlossen
<i>Episodenserie</i>	unbestimmt, aber begrenzt, oft Staffeln	mittel	unbestimmt, ob offen oder abgeschlossen
<i>Fortsetzungsserie</i>	viele, aber begrenzt	stark	Serienhandlung insgesamt abgeschlossen
<i>Endlosserie</i>	prinzipiell unbegrenzt	stark	Serienhandlung insgesamt offen

2 DER USES AND GRATIFICATIONS APPROACH: EIN ANSATZ ZUR ERKLÄRUNG DER SERIENNUTZUNG

Wenn in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung die Frage nach dem »Warum« der Mediennutzung gestellt wird, dann werden häufig die Nutzungsmotive und die Gratifikationen der Rezipienten als wichtige Erklärungsfaktoren genannt und untersucht. Dem liegt die Vermutung zugrunde, dass Menschen Medienangebote gezielt nutzen, um ihre kommunikationsbezogenen Motive zu verfolgen. Die Auswahl zwischen verschiedenen Medienangeboten beruht demnach auf einer rationalen Entscheidung. Rational bedeutet, dass die Rezipienten sich für jene Angebote entscheiden, die ihren Erwartungen am besten entsprechen und von denen sie die optimalen Gratifikationen erhalten.

In der Kommunikationswissenschaft wird dieser Ansatz, der auf den Annahmen einer ökonomischen Handlungstheorie basiert (vgl. Esser 1999), als »Uses and Gratifications Approach« bezeichnet. Diesem theoretischen Ansatz, aber vor allem den empirischen Untersuchungen, die sich auf ihn berufen, liegt (implizit) die Annahme zugrunde, dass sowohl das Mediennutzungsverhalten als auch die kommunikationsbezogenen Motive und Gratifikationen der Rezipienten relativ stabil sind (vgl. Scherer/Schlütz 2002: 134). Nur wenn man von einer solchen Kontinuität ausgeht, ist es sinnvoll zu fragen, was die Rezipienten von bestimmten Medienangeboten erwarten, welche Gratifikationen ihnen bestimmte Medienangebote geben und wie häufig sie bestimmte Angebote nutzen. Motivationale Ansätze, so wie sie bislang in der Kommunikationswissenschaft überwiegend verfolgt werden, zielen weniger darauf ab – und sind auch weniger geeignet –, das Auswahlverhalten in konkreten Nutzungssituationen zu erklären als die generelle Zuwendung zu bestimmten Medienangeboten. Solche situationsunspezifischen Zuwendungsmuster lassen sich aber nur dann untersuchen, wenn entweder einzelne Medienangebote zu Genres zusammengefasst werden und dann die Motive und Gratifikationen sowie die Zuwendung zu diesen Genres (Krimis, Western, Dokumentarfilme etc.) erfragt werden oder wenn es sich um serielle Medienangebote handelt. Nur wenn von Einzelsendungen und konkreten Nutzungssituationen abstrahiert werden kann, können generelle Nutzungsmotive und Gratifikationen einen sinnvollen Beitrag zur Erklärung von Medienauswahl und -zuwendung liefern.

Von daher ist es nicht überraschend, dass viele Untersuchungen, die in der Tradition des Uses and Gratifications Approach stehen, die Nutzung von Hörfunk- oder Fernsehserien analysiert haben. Bereits in den frühen Studien zur Nutzung von Daytime Radio Serials (vgl. Herzog 1941; 1944) wurde die Befriedigung von kommunikativen Bedürfnissen als Erklärung für die Zuwendung zu diesen Medienangeboten vorgeschlagen. Auch in der weiteren Forschung waren Serien oder breite Genrekategorien, in die auch Serienformate eingeordnet werden können, immer wieder Gegenstand von Gratifikationsstudien (vgl. Kippax/Murray 1977; Compesi 1980; Rubin/Rubin 1982; Schenk/Büchner/Rössler 1986; Schenk/Rössler 1987; Canary/Spitzberg 1993).

Der Uses and Gratifications Approach wurde von unterschiedlicher Seite aus unterschiedlichen Gründen kritisiert (vgl. Teichert 1975: 279ff.; Swanson 1977; Merten 1984; Vorderer 1992: 27ff.) und in unterschiedliche Richtungen theoretisch und methodisch weiterentwickelt (vgl. Rubin 2002: 532ff.). Einer der immer wieder

genannten Kritikpunkte bezieht sich auf die von Vorderer mit dem Begriff »Inhaltsvergessenheit« bezeichnete, »fast vollständig fehlende Auseinandersetzung mit den Medieninhalten bzw. mit dem, wie die Rezipienten diese Inhalte verstehen« (Vorderer 1992: 32). Bereits Blumler (1979) hat in dieser Hinsicht Defizite des Uses and Gratifications Approach erkannt. Er sieht die Notwendigkeit, inhalts- und rezipientenorientierte Ansätze zusammenzubringen. Swanson (1987: 245ff.) vertritt die Ansicht, dass der Uses and Gratifications Approach nicht in der Lage ist zu erklären, warum bestimmte Gratifikationen bei bestimmten Angeboten gesucht werden, solange den Programminhalten und -attributen nicht mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird. Auch Mikos (1994: 159f.) bemängelt, dass motivationstheoretisch orientierte Studien die Frage, *warum* die Zuschauer durch die jeweils von ihnen bevorzugten Serien fasziniert werden, nur in sehr allgemeiner Form beantworten. Über die relativ vagen Begriffe wie Unterhaltung, Realitätsflucht, Lebenshilfe, Entspannung und sozialer Gebrauchswert kämen die Gratifikationsstudien nicht hinaus und blieben deswegen unbefriedigend: »Die Schlüsselemente in den Serien, die zur Faszination beitragen, bleiben jedoch weiterhin ungeklärt.« Hier setzt die nachfolgend vorgestellte Theorie der subjektiven Qualitätsauswahl an. Ziel dieses Ansatzes ist es herauszufinden, welche *Eigenschaften* einer Serie für deren Auswahl und Nutzung von Bedeutung sind.

3 DIE THEORIE DER SUBJEKTIVEN QUALITÄTSAUSWAHL

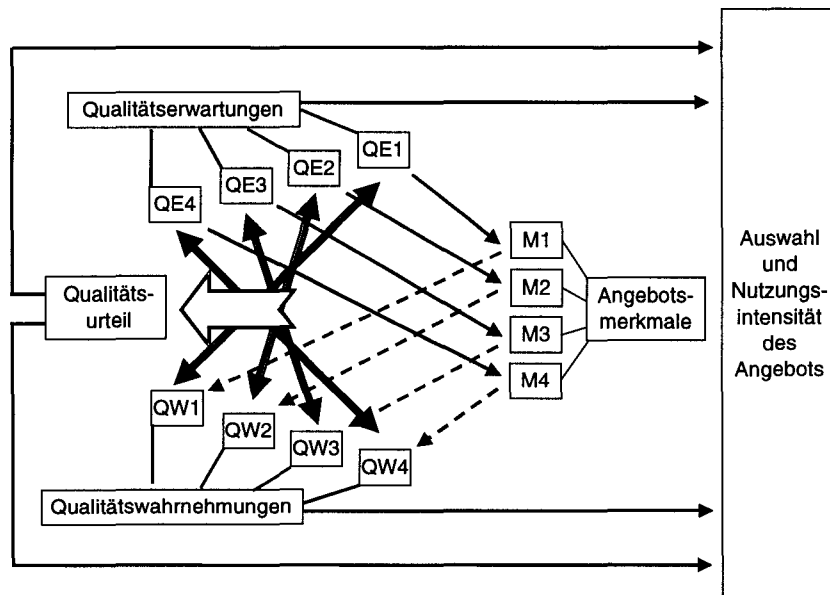
Die Theorie der subjektiven Qualitätsauswahl basiert – ebenso wie der Uses and Gratifications Approach – auf dem theoretischen Fundament eines ökonomischen Handlungsmodells und darüber hinaus auf einigen grundlegenden Annahmen über die Rolle und Funktion von Qualitätserwartungen und -wahrnehmungen im Rezeptionsprozess. Erstens wird davon ausgegangen, dass Rezipienten überhaupt *Erwartungen* an die Qualität von Medienangeboten haben und diese Erwartungen auch benennen können. Zweitens wird davon ausgegangen, dass die *Wahrnehmung* der Qualität von Medienangeboten ein integraler Bestandteil des Rezeptionsprozesses ist. Drittens wird angenommen, dass ein *Qualitätsurteil* über das Medienangebot auf der Wechselwirkung von Qualitätserwartungen und Qualitätswahrnehmungen beruht (Schaubild 1). Die grundlegende These der Theorie besagt, dass die Rezipienten solche Medienangebote auswählen und häufiger nutzen, die ihren subjektiven Qualitätserwartungen am besten entsprechen. Mit anderen Worten: Je positiver das Qualitätsurteil über ein Medienangebot ausfällt, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass dieses Angebot ausgewählt und regelmäßig genutzt wird.

Sowohl in der Alltagssprache als auch in der Wissenschaft wird der Begriff »Qualität« überwiegend im Sinne von »guter Qualität« benutzt. Qualität ist in dieser Verwendungsweise ein normativ aufgeladener Begriff. Das gilt vor allem, wenn in der öffentlichen oder wissenschaftlichen Diskussion die mangelnde Qualität von (publizistischen) Medienangeboten problematisiert wird.

Im Unterschied dazu wird der Begriff »Qualität« in dieser Arbeit wertneutral im Sinne von »Eigenschaften« verwendet. Medienqualität ist demnach die Summe von Eigenschaften, die es ermöglicht, ein Medienangebot von einem anderen zu unterscheiden bzw. deren Gemeinsamkeiten festzustellen. Dennoch handelt es sich bei

Das Modell der subjektiven Qualitätsauswahl

Schaubild 1



diesen Eigenschaften nicht um »objektive« Merkmale der Angebote. Anders als in inhaltsanalytisch orientierten Ansätzen (vgl. Schatz/Schulz 1992) wird hier betont, dass Qualität eine relationale Kategorie ist, die immer mit einer bestimmten Perspektive verbunden ist (vgl. Hasebrink 1997: 205; Brosius/Rössler/Schulte zur Hausen 2000: 421; Vowe/Wolling 2001: 219). Qualität wird damit zu einer subjektiven Kategorie. Nicht nur das Urteil über Medienqualität, sondern bereits die Erwartungen, welche Qualitäten ein Angebot haben sollte, und auch die Wahrnehmung, welche Qualitäten ein Angebot tatsächlich aufweist, sind abhängig von der jeweiligen Subjektperspektive. Da es in diesem Beitrag um die Erklärung der Selektion und der Nutzungsintensität von Fernsehserien geht, ist hier die Perspektive der *Rezipienten* die entscheidende. In anderen Zusammenhängen, wenn beispielsweise die Qualitätsfaktoren untersucht werden sollen, die für die Produktion von Medienangeboten relevant sind, müsste der Produzentenperspektive größere Beachtung geschenkt werden (vgl. Leggatt 1996).

Die subjektive Qualität eines Medienangebots ist somit nichts anderes als das Urteil einer Person über dieses Angebot anhand von gegebenen Qualitätskriterien. Dieses Qualitätsurteil wiederum ergibt sich aus den Qualitätserwartungen und den Qualitätswahrnehmungen. Hohe subjektive Qualität ist demnach gegeben, wenn bestimmte Qualitätserwartungen an ein Objekt vorhanden sind und eben diese Qualitätsmerkmale bei dem Objekt wahrgenommen werden. Da die Rezipienten sehr unterschiedliche Qualitätserwartungen und Qualitätswahrnehmungen haben dürften, kann grundsätzlich jeder Betrachter die Qualität eines Medienangebots anders beurteilen. Das bedeutet aber nicht, dass die *subjektive* Qualitätswahrnehmung in keiner systematischen Beziehung zu *intersubjektiv* feststellbaren Eigenschaften der Medienangebote

steht. Die Theorie basiert vielmehr auf der Annahme, dass Merkmale dieses Angebots die Wahrnehmung der Qualität entscheidend beeinflussen. Von daher ist damit zu rechnen, dass es einen relativ großen intersubjektiven Konsens in der Wahrnehmung der Angebote gibt. Jedoch wird die Wahrnehmung der Qualität nicht durch die Merkmale des Medienangebots determiniert. Diese Varianz im Konsens kann als *subjektiver Realismus* bezeichnet werden. Sowohl das Wahrnehmungsobjekt als auch der Wahrnehmende tragen zum Prozess der Wahrnehmung bei (vgl. Himmelweit/Swift/Jaeger 1980: 70). Die Theorie der subjektiven Qualitätsauswahl ist folglich eine Verknüpfung publikumszentrierter und werkzentrierter (medienzentrierter) Erklärungsansätze der Mediennutzung (vgl. Gehrau 1997: 61f.). Diese Integration von Rezipienten- und Inhaltsperspektive ist auch in der aktuellen Forschung zum Phänomen »Unterhaltung« von Bedeutung (vgl. Wunsch 2002). Die Theorie der subjektiven Qualitätsauswahl verzichtet allerdings – im Unterschied zu der von Früh (2002) vorgestellten Unterhaltungstheorie – auf die Berücksichtigung situativer und dynamischer Aspekte.

4 DER FORSCHUNGSSTAND

Es besteht in der wissenschaftlichen Diskussion weitgehend Einigkeit darüber, dass Qualität als ein mehrdimensionales, theoretisches Konstrukt konzipiert und operationalisiert werden sollte (vgl. Schatz/Schulz 1992; McQuail 1992: 66ff.; Ruß-Mohl 1994: 94ff.). Allerdings variieren die vorgeschlagenen und berücksichtigten Dimensionen erheblich, je nachdem welche Medienangebote einer Qualitätsanalyse unterzogen werden (zur Qualitätserzielung bei Film- und Fernsehproduktionen vgl. AkademieKreis 1997; zur Qualität von Agentur-Nachrichten vgl. Hagen 1995; zur Qualität des gesamten Programmangebots von Fernsehanstalten vgl. Deimling/Bortz/Gmel 1993; zur Qualität von Kulturmagazinen und politischen Diskussionssendungen vgl. Oehmichen 1993; zur Qualität von Radioprogrammen vgl. Vowe/Wolling 2001). Aber nicht nur hinsichtlich der jeweils untersuchten Medienangebote, sondern auch in Bezug auf die dabei berücksichtigten Perspektiven variieren die Studien.

Da in diesem Zusammenhang vor allem die Rezipientenperspektive interessiert, werden im Folgenden nur solche Untersuchungen diskutiert, die die Qualität von Fernsehserien aus Rezipientenperspektive analysiert haben. Zum einen findet man hier Studien, die Qualitätsurteile anhand einer Globalbewertung zu erfassen versuchen. Sie evaluieren Serien mit dem gleichen Instrument wie alle anderen Angebote des Fernsehens auch (vgl. Leggatt 1991). Interessanter und substanzieller als solche eindimensionalen Ansätze sind Untersuchungen, in denen die Qualität mit mehreren Indikatoren auf unterschiedlichen Dimensionen erhoben wird.

Himmelweit, Swift und Jaeger (1980) haben die Qualitätswahrnehmung von zwanzig Serienformaten aus sechs Bereichen untersucht. Von Action-Serien über Science-Fiction-Serien, Comedy-Serien, Soaps und Western bis hin zu Informationssendungen wurde eine breite Palette von Angebotsformen berücksichtigt. Die Qualitätswahrnehmung wurde mit insgesamt 17 Attributen erfasst. Die Autoren unterschieden dabei zwischen *Impact Reactions* und *Stylistic Features*. Die Impact Reactions entsprechen allerdings weitgehend den aus dem Uses and Gratifications Approach bekannten

Gratifikationsdimensionen und stellen keinen wesentlichen Erkenntnisgewinn dar. Wichtigster Befund der Untersuchung ist die Beobachtung, dass es nicht einzelne Qualitätsmerkmale sind, die das Gefallen einer Serie bestimmen, sondern der spezifische Mix von Programmattributen.

Schenk, Büchner und Rössler (1986) haben die Nutzung der Kriminalserien »Der Alte« und »Magnum« untersucht. Ein Jahr später haben Schenk und Rössler (1987) in gleicher Weise die Nutzung von »Dallas« und »Schwarzwaldklinik« analysiert. Sie erhoben die Gratifikationsleistungen der Sendungen, aber auch die Wahrnehmung der beiden Serien durch die Zuschauer anhand von 12 bzw. 16 Programmattributen. Nach einer Faktorenanalyse konnten sie jeweils zwei bis drei Dimensionen ermitteln. Bei allen vier Serien fanden sie die Faktoren *Realismus* und *Gewalt*, hinzu kamen in der ersten Studie der Faktor *Erotik/Humor* und in der zweiten Studie der Faktor *Gemeinschaft*.

Greenberg und Busselle (1996) benutzten insgesamt 44 semantische Differentiale, um die Qualität von vier Sitcoms und vier Abenteuer/Action-Serien durch die Zuschauer bewerten zu lassen. Durch Faktorenanalysen konnten sie vier bzw. fünf interpretierbare Qualitätsdimensionen ermitteln. Neben einem sehr unspezifischen Index, den die Autoren als allgemeine Werteinschätzung (Appraisal) bezeichneten und der mit einem Qualitäts-Globalurteil gleichgesetzt werden kann, haben sie auch einige substantielle Dimensionen ermittelt: Dazu gehören *Realitätsnähe*, *Originalität*, *Fairness*, *Modernität* und *Humor*. Diese inhaltlich substantiellen Qualitätsbewertungen hatten alle einen signifikanten Effekt auf die Gesamtbewertungen der Serien; ob sie allerdings auch einen Einfluss auf die Nutzung der Serien haben, konnte nicht geprüft werden, da die einzelnen Folgen der Serie den Befragten in einem Laborsetting gezeigt wurden, eine Programmauswahl also nicht stattfand.

Gunter (1997) hat zum einen die Nutzung von vier Soap-Operas erhoben und zum anderen die Qualitätsurteile der Rezipienten mit 26 Statements erfragt. Diese wurden zu acht Dimensionen zusammengefasst. Auch bei ihm messen einige Dimensionen nicht die Wahrnehmung der Eigenschaften des Angebots, sondern die Wirkung dieser Eigenschaften auf die Zuschauer. So z. B. die Entertainment/Involvement-Dimension mit Items wie: »I couldn't wait to find out what happened next« oder die Drama/Tension-Dimension, die u. a. durch folgende Aussage operationalisiert wurde: »There were a number of problems going on that surprised and intrigued me.« Bei Gunters Regressionsanalysen zeigte sich dann, dass die Wirkfaktoren, die das subjektive Erleben messen, stärkere Effekte auf die Seriennutzung hatten als die Objektdimensionen. Die Wirkfaktoren haben allerdings den Nachteil, dass sie nur wenig Hinweise geben, welche konkreten Eigenschaften der Angebote deren Attraktivität ausmachen und die Nutzungsunterschiede erklären.

Den vorgestellten Untersuchungen lassen sich einige Hinweise entnehmen, welche Qualitätsdimensionen für die Erklärung der Seriennutzung von Bedeutung sein können. Dabei handelt es sich u. a. um die Dimensionen *Realitätsnähe/Realismus*, *Fairness*, *Gewalt*, *Modernität*, *Erotik* und *Humor*, die in abgewandelter Form auch in der vorliegenden Untersuchung berücksichtigt werden.

5 METHODE

Um zu überprüfen, ob subjektive Qualitätserwartungen und -wahrnehmungen in der Lage sind die Nutzung von Fernsehserien zu erklären, wurde im Sommer 2001 eine Face-to-Face-Befragung durchgeführt. Zur Grundgesamtheit gehörten alle Personen über 16 Jahre mit Hauptwohnsitz in Ilmenau.¹ Die Befragten wurden per Zufall aus der Kartei des Einwohnermeldeamtes ausgewählt. Mit ihnen führten 51 Studierende des Studiengangs Angewandte Medienwissenschaft der TU Ilmenau Interviews mit einer durchschnittlichen Dauer von ca. 25 Minuten.² Um die Antwortbereitschaft zu erhöhen, wurden die Interviewer vorher schriftlich angekündigt. Von der bereinigten³ Bruttostichprobe (159 Personen) haben genau 100 Personen an der Befragung teilgenommen (63%).

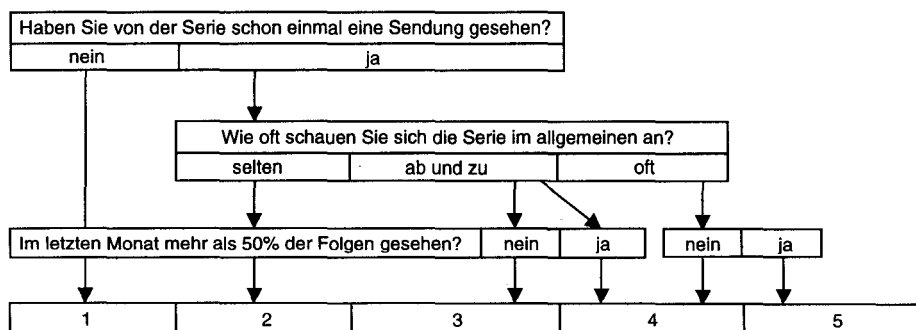
Die abhängigen Variablen: Auswahl der Serien und Operationalisierung der Seriennutzung

In der Studie ging es um die Nutzung von insgesamt zwanzig Serien. Zunächst gaben die Befragten an, ob sie die jeweilige Serie überhaupt schon einmal gesehen hatten. Falls das so war, wurde die Nutzungshäufigkeit ermittelt. Befragte, die angaben, die entsprechende Serie »ab und zu« oder »oft« zu sehen, sollten präzisieren, wie oft sie die Serie im letzten Monat gesehen hatten. Aus diesen drei Fragen wurde für jede Serie eine 5-Punkte-Skala konstruiert, die in den nachfolgenden Analysen jeweils die abhängige Variable bildet (Schaubild 2).

Die Studie berücksichtigte sowohl Serien mit weitgehend abgeschlossenen Episoden als auch echte Endlosserien. Um sicherzustellen, dass sich hinreichend viele Befragte

Die Messung der Seriennutzung

Schaubild 2



1 Ilmenau ist ein kleiner Ort mit ca. 30.000 Einwohnern am Rande des Thüringer Waldes.

2 Die Studierenden haben nicht nur die Feldarbeit durchgeführt, sondern auch aktiv an der Entwicklung des Fragebogens mitgearbeitet. Ihnen sei noch einmal für ihr Engagement gedankt.

3 Von den 262 ausgewählten Personen waren 24 verzogen oder verstorben, und 79 wurden bei mindestens zwei Versuchen nicht zuhause angetroffen. An dieser Stelle sei den Mitarbeitern des Ilmenauer Einwohnermeldeamtes gedankt, die unbürokratisch, schnell und kostenlos das Projekt unterstützt haben.

die Serien zumindest ab und zu ansehen, sind nur solche ausgewählt worden, die entweder schon sehr lange im Programm waren und/oder im unmittelbaren Vorfeld der Befragung hohe Einschaltquoten erzielt hatten. Darüber hinaus sollten von jedem der fünf meistgenutzten deutschen Fernsehvollprogramme (ARD, PRO7, RTL, SAT.1, ZDF) mindestens drei Serien berücksichtigt werden. Die Anwendung dieser Kriterien hatte zur Folge, dass es sich bei allen zwanzig ausgewählten Serien um Angebote handelt, die zum Zeitpunkt der Befragung entweder im Vorabendprogramm (18-20 Uhr) oder in der Prime Time (20-22 Uhr) ausgestrahlt wurden.

Da im Rahmen dieses Beitrags nicht alle Analysen für alle zwanzig Serien präsentiert werden können, wurde von jedem Sender eine Serie ausgewählt. Dabei handelt es sich um: a) »Für alle Fälle Stefanie«, eine erfolgreiche Arztserie um die Krankenschwester Stefanie, die seit 1994 bei SAT.1 im Programm ist; b) »Gute Zeiten/Schlechte Zeiten« (GZ/SZ), eine zur Kultserie avancierte Daily Soap mit Geschichten über die alltäglichen und außergewöhnlichen Erlebnisse von jungen Leuten, die seit 1992 von RTL gesendet wird; c) »Lindenstraße«, die erste Endlosserie des deutschen Fernsehens, die bereits seit 1985 wöchentlich in der ARD läuft. Sie stellt häufig einen Bezug zu aktuellen politischen Ereignissen oder gesellschaftlichen Problemen her; d) »Emergency Room«, eine vielbeachtete Krankenhausserie, bei der sich alles um das Personal und die Patienten in der Notaufnahme des »County General«-Krankenhauses in Chicago dreht. Die Serie läuft seit 1994 bei PRO7; e) »Küstenwache«, eine deutsche Krimserie, die seit 1997 beim ZDF gesendet wird, in der es um Action, Abenteuer und Rettungsaktionen auf See geht. Bei diesen fünf Serien wird überprüft, ob Qualitätserwartungen einen Einfluss auf die Nutzung haben.

Die unabhängigen Variablen: Auswahl und Operationalisierung der Qualitätsdimensionen

Die oben vorgestellten Untersuchungen zur Qualität aus Rezipientensicht erhoben unterschiedliche Aspekte und Dimensionen von Qualität mit unterschiedlichen Instrumenten. Die verwendeten Systematisierungen und Operationalisierungen haben jedoch jeweils spezifische Defizite. Aus diesem Grund entwickelten wir eine eigenständige Systematik, die allerdings viele der genannten Dimensionen integrierte. In der vorgeschlagenen Systematik unterschieden wir vier Bereiche der Qualitätszuschreibung: Die *Machart*, die *Story*, den *Realitätsbezug* und die *Konfliktbearbeitung*. Bei den ersten zwei Bereichen wurden jeweils vier Dimensionen unterschieden: Die Sozial-, die Sach-, die Zeit-, und die Raumdimension. Von jeder dieser vier Dimensionen wurde aus beiden Bereichen je eine Subdimension herausgegriffen und durch eine Indikatorfrage operationalisiert (Tabelle 2). Bei der Auswahl der Bereiche, Dimensionen und Subdimensionen sowie bei der Formulierung der Items war wichtig, dass Eigenschaften des Angebots und nicht Reaktionen des Publikums erhoben werden sollten, denn die Fokussierung auf Angebotseigenschaften (Stylistic Features) ist für den hier vorgeschlagenen qualitätsbasierten Ansatz entscheidend und der wesentliche Unterschied zum Uses and Gratifications Approach.

Mit diesen acht Subdimensionen sind weder die beiden Bereiche *Machart* (Form) und *Story* (Inhalt) noch die vier Dimensionen erschöpfend operationalisiert. Sie stellen nur einen kleinen Ausschnitt aus möglichen Operationalisierungen dar. Machart und

Qualitätserwartungen in den Bereichen Machart und Story

Tabelle 2

	Machart	Story
Wie wichtig ist es für Sie bei Fernsehserien...		
Sozial-	<i>Humor</i> : ...dass die Gespräche zwischen den Personen humorvoll und witzig sind?	<i>Erotik</i> : ...dass manchmal auch Erotik eine Rolle spielt?
Sach-	<i>Details</i> : ...dass man merkt, dass die Serie mit Liebe zum Detail gemacht wurde?	<i>Spannung</i> : ...dass die Handlung spannend ist?
Zeit-	<i>Episoden</i> : ...dass jede Episode eine in sich abgeschlossene Handlung hat?	<i>Zeitliche Nähe</i> : ...dass die Handlung in unserer heutigen Zeit spielt?
Raum-	<i>Exotik</i> : ...dass die Handlung in einer exotischen Umgebung spielt?	<i>Räumliche Nähe</i> : ...dass die Handlung in Deutschland spielt?

Story sind abstrakte Bereiche der Qualitätszuschreibung, die mit ganz unterschiedlichen konkreten Inhalten gefüllt werden können. Die anderen beiden hier unterschiedenen Qualitätsbereiche, *Konfliktaustragung* und *Realitätsbezug*, umfassen sowohl inhaltliche als auch formale Merkmale.

Ein fiktionales Medienangebot, das ohne die Thematisierung von Konflikten auskommt, ist kaum vorstellbar. Allerdings unterscheiden sich die Angebote darin, welche Konfliktformen eine Rolle spielen, wie schwerwiegend die Konflikte sind, wie dauerhaft sie sind und mit welchen Mitteln sie ausgetragen werden. Der Konflikttyp und die Art der Konfliktaustragung prägen den Serien-Charakter in besonderer Weise. Auch der Realitätsbezug einer Serie umfasst Aspekte der Machart und der Story. Die Realitätsnähe bzw. -ferne eines Angebots dürfte neben der Konfliktaustragung das zweite prägende Merkmal eines fiktionalen Medienangebots sein. In der vorliegenden Untersuchung wurden die verschiedenen Aspekte der Konfliktaustragung mit insgesamt acht Items und die Realitätsnähe mit sieben Items operationalisiert.

Im Rahmen des vorgestellten theoretischen Modells sind jedoch nicht nur die *Qualitätserwartungen* von Bedeutung, sondern auch die *Qualitätswahrnehmungen*. Für die Ermittlung der Qualitätswahrnehmungen war es erforderlich, die gleichen 23 Items zu verwenden. Nur so besteht die Möglichkeit, anschließend Erwartungen und Wahrnehmungen direkt miteinander zu verknüpfen.⁴

Um die Geduld und Konzentrationsfähigkeit der Befragten nicht zu überfordern, beschränkten wir die Erhebung der Qualitätswahrnehmungen auf jeweils zwei Serien, auch wenn es wünschenswert gewesen wäre, diese bei allen zwanzig Serien zu erfragen. Wir achteten darauf, dass sich möglichst viele Befragte über die gleiche Serie äußerten, weil sonst die Fallzahlen für weitere Analysen nicht ausgereicht hätten. Um dies sicherzustellen, war es notwendig, besonders populäre Serien auszuwählen. Durch entsprechende Intervieweranweisung konnte erreicht werden, dass von drei Serien

⁴ Ein Beispiel für die Messung der gleichen Dimension mit angepasster Frageformulierung: *Erwartungen (Grad der Wichtigkeit)*: »Wie wichtig ist es für Sie bei Fernsehserien, dass es dort zugeht wie im richtigen Leben?« *Wahrnehmung (Grad der Zustimmung)*: »Bei GZ/SZ geht es zu wie im richtigen Leben.«

ausreichend Qualitätswahrnehmungen vorliegen, so dass eine weitere Analyse möglich ist. Dabei handelt es sich um »Lindenstraße«, »Für alle Fälle Stefanie« und um »GZ/SZ«.

Die Analysemodelle

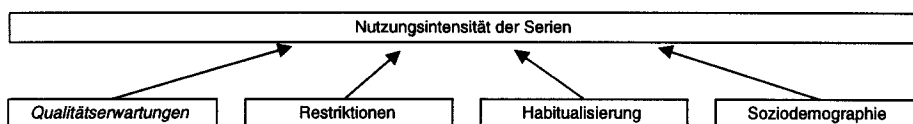
Im Mittelpunkt der vorliegenden Studie steht die Frage, ob Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und Qualitätsurteile der Rezipienten die Nutzung der verschiedenen Serien erklären können. Eine Beschränkung der Analyse auf diesen Variablenkomplex wäre aber aus theoretischen und methodischen Gründen problematisch. Bereits im Rahmen der Forschung zum Uses and Gratifications Approach wurde auf einige wichtige und notwendige Erweiterungen und Modifikationen des handlungstheoretisch basierten Erklärungsmodells für Mediennutzung hingewiesen. Vor allem die Konzeption des Mediennutzers als aktiver Rezipient rief immer wieder Kritik hervor (vgl. Schenk 2002: 688f.). Rubin (1984 und 2002) hat diese Kritik zum Anlass genommen, um zwischen unterschiedlichen Modalitäten der Nutzung zu unterscheiden. Indem er die Rezipientenaktivität als Variable behandelt, wird aus der theoretischen Frage, ob das Konzept des aktiven Rezipienten sinnvoll und angemessen ist, eine empirische Frage. Rubins Befunde zeigen, dass beide Rezeptionsmodi auftreten, aber gerade für die Nutzung unterhaltender Medieninhalte die Habitualisierung von Bedeutung ist. Aus diesem Grund wurden auch in der vorliegenden Studie einige Indikatoren für *habituelle* Fernsehnutzung erhoben und in den Modellen berücksichtigt.⁵ Im Unterschied zur Vorgehensweise von Rubin (1984) operationalisieren wir die habitualisierte Nutzung jedoch nicht anhand von Motiv-Items, sondern durch Angaben zum generellen Nutzungsverhalten (vgl. Wolling 2002).

Einen weiteren Vorschlag für die Fortentwicklung eines handlungstheoretisch fundierten Mediennutzungsmodells hat Jäckel (1992) unterbreitet. Auch er setzt mit seinen Überlegungen bei den »Differenzen hinsichtlich der Bewertung von Mediennutzung als instrumentelles oder habitualisiertes Handeln« an (Jäckel 1992: 262). Jäckel schlägt vor, bei der Modellierung von Mediennutzungsmodellen auch die Beschränkungen zu berücksichtigen, denen das Handeln der Rezipienten unterworfen ist. Diesem Vorschlag liegt die Erkenntnis zugrunde, dass auch Umfeldfaktoren (Rahmenbedingungen) die Mediennutzung beeinflussen und die Rezipienten von bestimmten Selektionsentscheidungen abhalten können. Dieser Vorschlag wird hier aufgegriffen. Allerdings werden die Rahmenbedingungen nicht nur negativ als Restriktionen berücksichtigt, sondern auch positiv als Opportunitäten. Restriktionen und Opportunitäten bilden zusammen den Handlungsrahmen für die Mediennutzungsentscheidungen der Rezipienten. Zwei Arten von Faktoren können dabei unterschieden werden: *Manifeste* Rahmenbedingungen können, auch unabhängig davon, ob die Rezipienten sie überhaupt als solche wahrnehmen, deren Handlungsspielraum beeinflussen;

5 *Habitualisierte Sendernutzung*: Für jeden der fünf Sender wurde erfragt, ob man ihn empfangen kann und wie häufig man sich Sendungen auf diesem Sender anschaut (häufig, ab und zu, so gut wie nie). Die *generelle habitualisierte Fernsehnutzung* wurde anhand der Fernsehnutzungsdauer in Stunden an Wochentagen (Mo-Fr) operationalisiert.

Das Basis-Analysemodell

Schaubild 3



subjektive Faktoren vermögen dies hingegen nur, wenn sie das subjektive Erleben der Mediennutzer beeinflussen.⁶

Die letzte Gruppe von Einflussfaktoren, die im Untersuchungsmodell (Schaubild 3) berücksichtigt wird, sind die *soziodemographischen* Variablen. Diese Variablengruppe taucht häufig ohne nähere Begründung in den Erklärungsmodellen für Mediennutzung auf. Ihre Einbeziehung in die Modelle erscheint aber insofern gerechtfertigt, als sie als unspezifische Indikatoren für Sozialisationseinflüsse und Lebenslagen interpretiert werden und daher auch einen inhaltlich substanziellen Beitrag zur Erklärung der Seriennutzung leisten können.

Die Modelle werden schrittweise entwickelt. Zunächst prüfen wir die Effekte der soziodemographischen Variablen, der Indikatoren für Habitualisierung und der Handlungsrahmen. Nur diejenigen Variablen, die einen signifikanten Beitrag zur Erklärung leisten konnten, verbleiben in den Modellen. Nachdem diese Grundmodelle ausspezifiziert worden sind, untersuchen wir die Effekte der Qualitätserwartungen. Auch von den Qualitätserwartungen bleiben nur solche in den Modellen, die einen eigenständigen, signifikanten Beitrag zur Erklärung der Nutzung leisten können.

Wie bereits oben erläutert und im Schaubild 1 dargestellt, wird vorgeschlagen, die Qualitätsurteile der Rezipienten durch die Verknüpfung von Qualitätserwartungen und Qualitätswahrnehmungen zu ermitteln. Es lassen sich verschiedene Varianten der Kombination plausibilisieren, die jedoch alle spezifische Vor- und Nachteile aufweisen.⁷ Hier liegt in Anlehnung an das Erwartungs-/Bewertungsmodell (vgl. Palmgreen/Rayburn 1982) ein einfaches multiplikatives Modell von Wahrnehmungen und Erwartungen zugrunde, da es eine relativ hohe Plausibilität mit mathematischer Einfachheit verbindet. Inhaltlich bedeutet dieses Modell: Hohe Erwartungen an einen Qualitätsaspekt, kombiniert mit der Wahrnehmung, dass diese Qualität bei einer Serie gegeben ist, führen zu einem positiven Qualitätsurteil. Geringe Erwartungen, kombiniert mit der Wahrnehmung, dass die Eigenschaft nicht vorhanden ist, haben ein schlechtes Qualitätsurteil zur Folge.

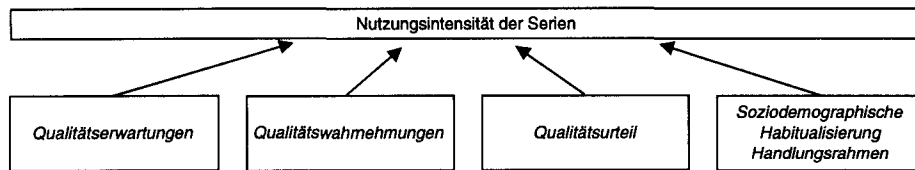
Der Vorteil eines auf diese Weise ermittelten Qualitätsurteils, gegenüber einer direkt abgefragten Beurteilung der Angebote durch die Rezipienten, ist vor allem konzept-

⁶ Als Indikatoren für manifeste Handlungsbeschränkungen wurden folgende Aspekte berücksichtigt: a) Berufstätigkeit, b) Schichtdienst, c) Anzahl der Tage, in der man sich in einem Verein, in der Kirche, in einer Bürgerinitiative, in einem Verband oder ähnlichem aktiv engagiert, d) Uhrzeit, ab der man an einem normalen Wochentag Zeit hat fernzusehen, e) Zahl der Fernsehgeräte pro Haushaltsmitglied. Als Indikatoren für subjektive Handlungsbeschränkungen wurden gewählt: a) Häufigkeit des Streits mit anderen Personen des Haushalts über die Programmwahl, b) Zufriedenheit mit den Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung, c) Zufriedenheit mit der eigenen finanziellen Lage.

⁷ Alternativ möglich wäre beispielsweise – in Anlehnung an das GS/GO-Modell – die Berechnung von Diskrepanzen (vgl. Palmgreen/Wenner/Rayburn 1981).

Das erweiterte Analysemodell

Schaubild 4



tioneller Natur. Bei der hier vorgeschlagenen Vorgehensweise ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass es sich bei den ermittelten Urteilen nur um nachträgliche Rationalisierungen und Rechtfertigungen der eigenen Rezeptionsentscheidungen handelt. Damit kann dem Vorwurf einer zirkulären Argumentation entgegengetreten werden.

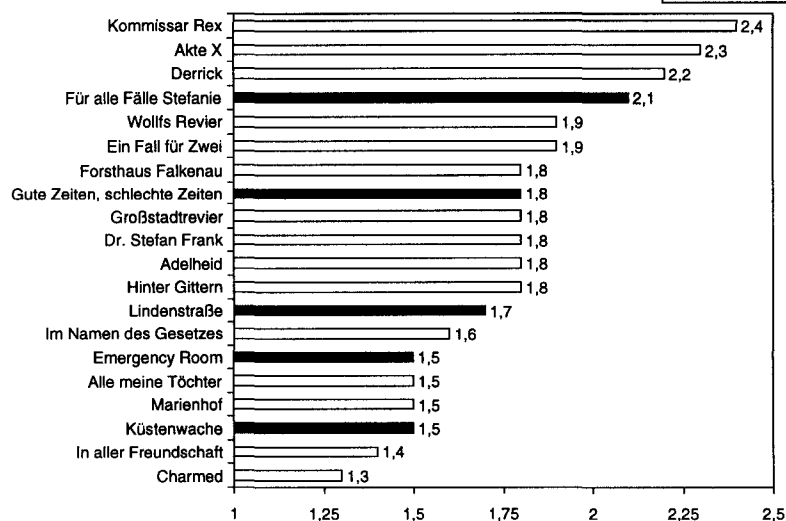
Die Qualitätswahrnehmungen und die Qualitätsurteile werden in der zweiten Stufe der Modellentwicklung in das zuvor spezifizierte Grundmodell integriert. Das so erweiterte Analysemodell berücksichtigt im Unterschied zum Basismodell allerdings nur die Rezipienten, die Angaben zur Qualitätswahrnehmung der jeweiligen Serie gemacht haben.

6 DESKRIPTIVE BEFUNDE

Die in Schaubild 5 dargestellten Ergebnisse zeigen, dass es deutliche Unterschiede in der Nutzung der verschiedenen Serien gibt. Die Serien, deren Nutzungsdaten mit dunklen Balken dargestellt sind, werden in diesem Beitrag genauer analysiert. Dabei handelt es sich sowohl um solche, die im Durchschnitt häufiger genutzt werden, wie beispielsweise »Für alle Fälle Stefanie«, als auch um solche mit insgesamt geringerem Publikumszuspruch, wie beispielsweise die ZDF-Serie »Küstenwache«.

Die Nutzungsintensität der Fernsehserien

Schaubild 5



Mittelwert auf einer 5-Punkte-Skala (zur Operationalisierung vgl. Schaubild 2).

Faktorenanalyse der Qualitätserwartungen zur Konfliktaustragung

Tabelle 3

Wie wichtig ist es für Sie bei Fernsehserien...	Aggression	Harmonie	Problem- bearbeitung
...dass die Personen in der Serie so richtig schön gemein zueinander sind?	.83		
...dass auch einmal rumgeballert wird?	.81		
...dass in der Serie auch einmal richtig die Fetzen fliegen?	.79		
...dass es nicht immer nur um schwerwiegende Probleme und Konflikte geht?		.81	
...dass auch einmal gezeigt wird, wie man friedlich und freundlich miteinander umgehen kann?		.73	.33
...dass die Personen in der Serie versuchen, ihre Konflikte ohne Gewalt zu lösen?		.72	
...dass man sieht, wie andere Leute ihre Probleme lösen?			.89
...dass es in der Serie um wirklich ernsthafte Probleme geht?			.73

Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation; Kaiser-Kriterium (Eigenvalue > 1)
69% erklärt Varianz; alle Faktorladungen > .03

Die verschiedenen Aspekte der Konfliktaustragung wurden mit insgesamt acht Items operationalisiert und anschließend einer Faktorenanalyse unterzogen. Dabei wurden drei Dimensionen ermittelt (Tabelle 3). Auf dem ersten Faktor (*Aggression*) laden Items, die eine Vorliebe für aggressive Konfliktaustragungen erkennen lassen. Auf dem zweiten Faktor (*Harmonie*) laden Items, die eher den Wunsch nach Konfliktvermeidung und Harmonie zum Ausdruck bringen, und der dritte Faktor (*Problembearbeitung*) umfasst Aussagen, die die Präferenz für eine tiefer gehende, ernsthafte Bearbeitung von Konflikten anzeigen. Die zugehörigen Items der Faktoren wurden anschließend durch Addition zu drei Indizes zusammengefasst.

Die Realitätsnähe wurde mit sieben Items operationalisiert und wiederum einer Faktorenanalyse unterzogen. Dabei wurden zwei Dimensionen ermittelt (Tabelle 4). Auf dem ersten Faktor laden Items, die den Wunsch nach einer authentischen Darstellung der Realität zum Ausdruck bringen. Der zweite Faktor setzt sich aus Aussagen zusammen, die deutlich machen, dass die Befragten es vorziehen, wenn Serien die eigene Erfahrungswelt transzendieren. Die Zuordnung der Items zu den Faktoren ist eindeutig, mit einer Ausnahme: Der Wunsch, dass die Hauptdarsteller in einer Serie so sein sollen, wie man selbst gerne wäre, hat auf beiden Faktoren nahezu gleich hohe Ladungen. Mit diesem Item wird die Wichtigkeit von *Identifikationsangeboten* operationalisiert. Demnach wäre das Geheimnis eines erfolgreichen Identifikationsangebots die Fähigkeit, eine gewisse Realitätsnähe mit einem hinreichenden Maß an Außergewöhnlichkeit zu verknüpfen. Da dieses Item zwischen den beiden Dimensionen steht, wurde es bei der Indexbildung nicht berücksichtigt. Stattdessen wird das *Identifikationsangebot* als zusätzliche dritte Qualitätserwartung des Bereichs Realitätsbezug behandelt.

Schaut man sich an, welche Qualitätsmerkmale die Rezipienten vor allem wünschen,

Faktorenanalyse der Qualitätserwartungen zum Realitätsbezug

Tabelle 4

Wie wichtig ist es für Sie bei Fernsehserien...	Authentizität	Transzendenz
...dass es dort zugeht wie im richtigen Leben?	.87	
...dass in der Serie in ganz normaler Alltagssprache gesprochen wird?	.70	
...dass die Gefühle der Personen echt wirken?	.69	
<i>Identifikationsangebot</i> : ...dass die Hauptdarsteller so sind, wie man selbst gerne sein möchte?	.48	.40
...dass in der Serie Dinge geschehen, die ganz anders sind als im eigenen Leben?		.75
...dass die Handlung der Serie in einer Phantasiewelt spielt?		.75
...dass in der Serie ganz außergewöhnliche Dinge geschehen?		.73

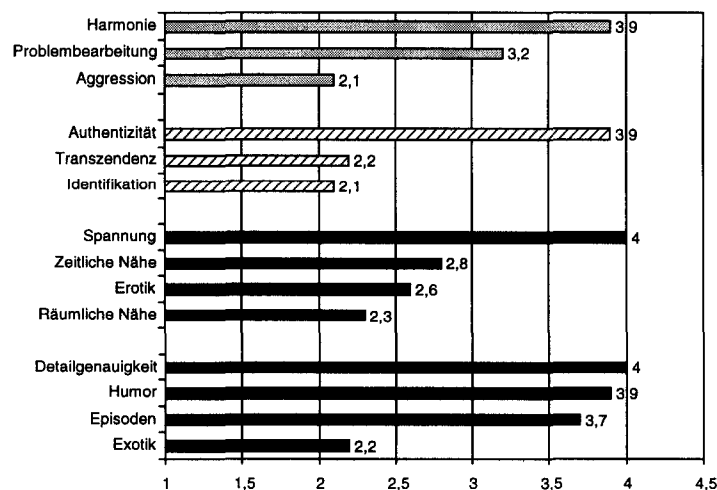
Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation; Kaiser-Kriterium (Eigenvalue > 1)
55% erklärt Varianz; alle Faktorladungen > .03

dann stellt man fest, dass sie mit Ausnahme der Exotik alle Dimensionen der Machart als besonders wichtig ansehen (Schaubild 6). Bei den anderen Bereichen gibt es jeweils eine Dimension, die herausragt: Im Bereich Story ist dies die Spannung, im Bereich Realitätsbezug die Authentizität und im Bereich Konfliktbearbeitung vor allem die Harmonie, gefolgt – mit einigem Abstand – von der Problembearbeitung.

Wenn bestimmte Qualitätsdimensionen von den Rezipienten als besonders wichtig bewertet werden, bedeutet dies jedoch noch nicht, dass diese Dimensionen auch die Nutzung der Serien besonders gut erklären können. Um herauszufinden, welche Qualitätserwartungen für die Nutzungsintensität von Bedeutung sind, müssen die Erwartungen und die Seriennutzung direkt miteinander in Beziehung gesetzt werden.

Die Wichtigkeit der Qualitätsdimensionen

Schaubild 6



Mittelwerte auf einer 5-Punkte-Skala (1 = völlig unwichtig, 5 = besonders wichtig)

7 ANALYTISCHE BEFUNDE

Die Ergebnisse der Analysen zeigen, dass die Qualitätserwartungen bei allen fünf untersuchten Serien einen bedeutsamen Einfluss auf die Nutzungsintensität haben (Tabelle 5), auch dann, wenn Habitualisierung, Handlungsrahmen und verschiedene Indikatoren für Lebenslagen und Sozialisationserfahrungen in den Modellen kontrolliert werden.

Regressionen: Einfluss der Qualitätserwartungen auf die Seriennutzung

Tabelle 5

	Für alle Fälle Stefanie (SAT.1)	Gute Zeiten, Schlechte Zeiten (RTL)	Linden- straße (ARD)	Emergency Room (PRO7)	Küsten- wache (ZDF)
R ² =	.27	.33	.11	.39	.24
beta-Koeffizienten					
<i>Qualitätserwartungen Konfliktbearbeitung</i>					
Aggression					
Problembearbeitung	.27**				
Harmonie					
<i>Qualitätserwartungen Realitätsbezug</i>					
Authentizität				-.21*	
Identifikationsangebot					.21*
Transzendenz		.41***			
<i>Qualitätserwartungen Story</i>					
Erotik					-.18 [#]
Spannung				.19*	
zeitliche Nähe	.17 [#]		.24*		
räumliche Nähe					.28**
<i>Qualitätserwartungen Machart</i>					
Humor					
Details					
Episoden					
Exotik					
<i>Soziodemographie</i>					
Alter (hoch)	.22*			-.39***	
Geschlecht (weiblich)				.25**	
<i>Habitualisierung</i>					
Nutzungsdauer des Senders (hoch)		.27**	.23*		.20*
Nutzungszeit TV Werktags (hoch)	.22*				
<i>Restriktionen</i>					
Freizeitsituation (schlecht)			.18 [#]		
Finanzielle Situation (schlecht)				.33**	
Streit bei Programmwahl (häufig)		.15 [#]			

Es werden nur signifikante Koeffizienten ausgewiesen (*** p < .001) (** p < .01) (* p < .05) ([#] p < .10)

Von den vierzehn Qualitätserwartungen, die in der Untersuchung berücksichtigt wurden, erwiesen sich acht in mindestens einem Modell als signifikant. Personen, die »Für alle Fälle Stefanie« häufiger nutzen, erwarten von einer Serie ernsthafte Problembearbeitung und eine Handlung, die in unserer Gegenwart spielt. Zeitliche Nähe ist auch für die Nutzungsintensität der »Lindenstraße« von Bedeutung. Hingegen ist es für die Vielseher von »GZ/SZ« vor allem wichtig, dass in einer Serie Dinge geschehen, die Erfahrungswelten jenseits der alltäglichen Realität eröffnen. Die Zuschauer, die sich »Emergency Room« öfter ansehen, legen besonderen Wert darauf, dass die Handlung einer Serie spannend ist. Hingegen hat die Erwartung, dass das Geschehen in einer Fernsehserie möglichst authentisch sein soll, einen negativen Effekt auf die Nutzungsintensität von »Emergency Room«. Die »Küstenwache« wird vor allem von jenen häufiger genutzt, die sich wünschen, dass die Handlung in Deutschland spielt, und denen es wichtig ist, dass geeignete Identifikationsfiguren in Serien auftreten. Wer sich hingegen gerne etwas Erotik in der Serienhandlung wünscht, für den scheint die »Küstenwache« nicht das Richtige zu sein: Dieser Personenkreis schaut sich die Serie seltener an.

Bei den Rahmenbedingungen waren es nicht die manifesten Kriterien (z. B. Zeitbudget), die sich als bedeutsame Einflussgrößen auf die Nutzung der Serien erwiesen. Vielmehr spielt die subjektive Wahrnehmung der eigenen Lebenssituation eine Rolle. Demnach wird die Nutzung von Fernsehserien nicht durch Restriktionen *behindert*, sondern es zeigt sich eher der entgegengesetzte Effekt, dass die Nutzungsintensität durch subjektiv schlechte Lebensbedingungen *begünstigt* wird. Die Ergebnisse sprechen dafür, dass Serien eine gewisse Kompensationsfunktion haben. Personen, die mit ihrer Freizeitsituation unzufrieden sind, schauen sich die »Lindenstraße« häufiger an, diejenigen, die ihre finanzielle Lage schlecht bewerten, sehen sich »Emergency Room« häufiger an, und jene, die sich des Öfteren mit den anderen Haushaltsmitgliedern bei der Programmauswahl streiten, schalten häufiger »GZ/SZ« ein. Bei vier der fünf Serien erwiesen sich Indikatoren der habitualisierten Nutzung als signifikant: Vielnutzer von RTL schauen auch häufiger »GZ/SZ«, Vielnutzer der ARD sehen häufiger »Lindenstraße«, und Personen die ohnehin häufig ZDF schauen, schalten auch öfter »Küstenwache« ein. Die Nutzungsintensität von »Für alle Fälle Stefanie« wird hingegen durch die allgemeine Fernsehnutzungsdauer beeinflusst. Die soziodemographischen Variablen – als Indikatoren für Sozialisationserfahrungen und Lebenslagen – haben nur bei zwei Serien einen Effekt. Die älteren Befragten schauen sich häufiger »Für alle Fälle Stefanie« an, die Jüngeren deutlich mehr »Emergency Room«. Darüber hinaus hat auch das Geschlecht einen Einfluss auf die Nutzung von »Emergency Room«: Frauen sehen sich die Serie häufiger an.⁸

Die Ergebnisse der Analyse zeigen, dass die Nutzung von Serien durch bestimmte Lebenslagen beeinflusst wird und zugleich habituell begründet ist. Darüber hinaus spielen jedoch auch die – im Rahmen dieser Untersuchung besonders interessierenden – *Erwartungen an die Sendungsqualität* eine wesentliche Rolle. Es besteht dabei kein eindeutiger Zusammenhang zwischen der absoluten Wichtigkeit einer Qualitätserwartung und der Erklärungskraft dieser Dimension für die Nutzungsintensität

⁸ Neben Alter und Geschlecht wurde auch die Schulbildung berücksichtigt. Sie hatte jedoch keinen signifikanten Effekt.

der Serien. So erwiesen sich beispielsweise die Qualitätsaspekte zur Machart, die von den Befragten mit Ausnahme der Exotik alle als sehr wichtig eingeschätzt wurden, nicht als signifikante Prädiktoren der Seriennutzung. Andere Aspekte, denen nur eine relativ geringe Wichtigkeit zugesprochen wurde – wie z. B. die räumliche Nähe – konnten hingegen Unterschiede in der Nutzung einzelner Serien erklären. Bemerkenswert ist die Vielfalt der Qualitätsaspekte, die sich in den verschiedenen Modellen als bedeutsam erwiesen. Das spricht dafür, dass für die Zuwendung zu den verschiedenen Angeboten jeweils sehr spezifische Merkmale des Angebots von Bedeutung sind. Ein einfaches Rezept für erfolgreiche Serien gibt es nicht.

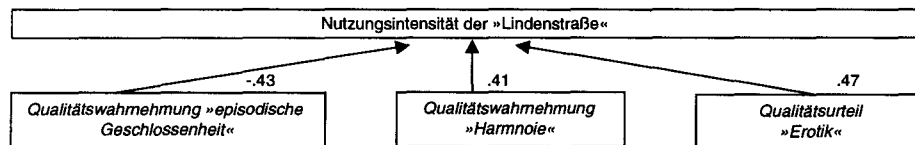
In den nachfolgenden Analysen wird bei den drei Serien, für die hinreichend Antworten zur Qualitätswahrnehmung vorliegen, überprüft, welchen Einfluss diese Wahrnehmungen und die Qualitätsurteile auf die Nutzungsintensität der Angebote haben. Als Ausgangspunkt für die Berechnungen haben wir die oben spezifizierten Modelle verwendet und dann – schrittweise – die verschiedenen Wahrnehmungsmessungen und Qualitätsurteile in die Modelle einbezogen und jeweils geprüft, ob sie einen signifikanten Beitrag zur Erklärung der Nutzung leisten. Nur signifikante Variablen wurden in den Modellen belassen.

Durch die Berücksichtigung der Qualitätswahrnehmungen und der Qualitätsurteile haben sich alle drei Modelle deutlich verändert. Soziodemographie, Habitualisierung und Handlungsrahmen spielen nun mehr in keinem Modell eine Rolle. Auch die Effekte der Qualitätswahrnehmungen haben sich verändert. In dem erweiterten Modell zur Erklärung der Nutzungsintensität der »Lindenstraße« erweisen sich drei Faktoren als signifikant (Schaubild 7): Befragte, die den Eindruck haben, dass es in der Sendung harmonisch zugeht, schauen sich die Serie häufiger an als Personen, die eine solche harmonische Stimmung nicht wahrnehmen können. Einen negativen Effekt hat die episodische Abgeschlossenheit: Wenn die einzelnen Folgen als in sich abgeschlossen wahrgenommen werden, dann wird die Serie seltener genutzt. Das bedeutet, wenn ein Zuschauer den Eindruck hat, die »Lindenstraße« besteht aus Einzelsendungen, die auch isoliert angesehen werden können, dann führt dies zu einer schwächeren Bindung und damit zu einer geringeren Nutzung. Neben diesen beiden Wahrnehmungsfaktoren erweist sich auch ein Qualitätsurteil als bedeutsam: Rezipienten, die Erotik bei Serien erwarten und bei der »Lindenstraße« Erotik wahrnehmen, sehen sich die Serie häufiger an.

Das Erklärungsmodell für »GZ/SZ« besteht nur aus zwei Variablen (Schaubild 8). Beide stammen aus dem Bereich Realitätsbezug, und beide haben einen starken positiven Effekt auf die Nutzung der Serie. Dies ist vor allen Dingen deswegen

Regression: Erklärungsmodell für die Nutzung der »Lindenstraße«

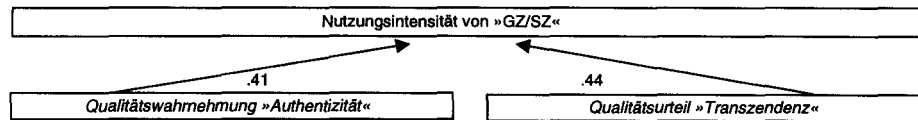
Schaubild 7



$$\text{beta-Koeffizienten}/N = 20/R^2 = .61$$

Regression: Erklärungsmodell für die Nutzung von »GZ/SZ«

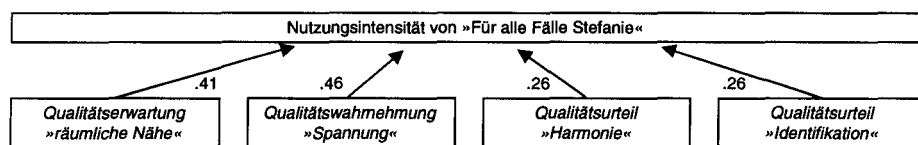
Schaubild 8



$$\text{beta-Koeffizienten}/N = 39/R^2 = .43$$

Regression: Erklärungsmodell für die Nutzung von »Für alle Fälle Stefanie«

Schaubild 9



$$\text{beta-Koeffizienten}/N = 26/R^2 = .71$$

überraschend, weil es auf den ersten Blick zwei gegensätzliche Qualitätsdimensionen sind: Transzendenz und Authentizität. Zum einen wird die Serie dann häufiger angesehen, wenn sie als authentisch wahrgenommen wird, zum anderen führt aber auch ein positives Qualitätsurteil über das Transzendenzpotential zu einer häufigeren Nutzung von »GZ/SZ«. Befragte, die »GZ/SZ« oft nutzen, erwarten von Serien, dass sie Einblicke in eine andere Realität gewähren, und gestehen »GZ/SZ« genau diese Leistung zu. Das bedeutet: »GZ/SZ« wird vor allem von denen genutzt, die bei der Serie Qualitätsmerkmale wahrnehmen, die auf den ersten Blick unvereinbar erscheinen. Hier lassen sich Verbindungen zu unterhaltungstheoretischen Überlegungen herstellen. Nach Bosshart (1994) wird die Qualität des Unterhaltungserlebens durch Spannungsfelder zwischen gegensätzlichen Anforderungen und Eigenschaften bestimmt. Er nennt in diesem Zusammenhang auch die Polarität von Authentizität und Phantasie (vgl. dazu auch Göttlich/Nieland 2001: 82ff.). Es spricht einiges dafür, dass Qualität aus der Rezipientenperspektive gerade dann gegeben ist, wenn ein Angebot solche gegensätzlichen Anforderungen erfüllen kann.

Für die Nutzung der Krankenhausserie »Für alle Fälle Stefanie« sind vier Qualitätsdimensionen von Bedeutung (Schaubild 9). Für die Vielnutzer dieser Serie ist es generell von Wichtigkeit, dass bei Fernsehserien die Handlung in Deutschland spielt. Einen positiven Effekt auf die Nutzung hat es auch, wenn die Serienhandlung als spannend erlebt wird. Darüber hinaus erweisen sich zwei Qualitätsurteile als bedeutsame Prädiktoren der Seriennutzung: Befragte, die Harmonie wünschen und die Handlung bei Stefanie als harmonisch erleben, sehen die Serie häufiger. Das Gleiche gilt für die Identifikation: Wenn Zuschauer von Serienhelden ein hohes Identifikationspotential erwarten und bei der Hauptfigur (Stefanie) auch wahrnehmen, dann hat dies positive Auswirkungen auf die Nutzung der Serie.

8 ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die vorgestellten Untersuchungsergebnisse zeigen, dass mit den drei Elementen des theoretischen Ansatzes – den Qualitätserwartungen, den Qualitätswahrnehmungen und den Qualitätsurteilen – Unterschiede bei der Nutzung von Fernsehserien zu einem beträchtlichen Teil erklärt werden können. Der Vorteil gegenüber motivationalen Ansätzen besteht darin, dass bei der Theorie der subjektiven Qualitätsauswahl die Eigenschaften des Angebots im Mittelpunkt stehen. Damit wird es möglich, Aussagen darüber zu machen, welche wahrgenommenen Merkmale des Angebots für die Nutzungsentscheidungen der Rezipienten relevant sind. Solche Kenntnisse sind nicht nur theoretisch bedeutsam, sondern bieten auch praxisrelevante Ansatzpunkte für die Programmentwicklung.

Die Befunde der vorgestellten Studie sind aufgrund der kleinen, lokalen Stichprobe nicht ohne weiteres übertragbar und müssen vorsichtig interpretiert werden. Insbesondere sollte man aus den Ergebnissen nicht folgern, dass bestimmte Qualitätsdimensionen irrelevant sind. Gegen eine solche Interpretation spricht zum einen, dass – aufgrund des geringen Stichprobenumfangs – kleinere Effekte schnell am Kriterium der statistischen Signifikanz gescheitert sind, bei Analysen mit einer größeren Stichprobe aber möglicherweise einen Beitrag zum Verständnis der Seriennutzung leisten könnten. Zum anderen ist zu bedenken, dass nur ein Ausschnitt der Serienvielfalt betrachtet wurde. Es kann durchaus sein, dass bei anderen Angebotsformen, wie beispielsweise Comedyformaten oder Actionserien, andere Qualitätsmerkmale von Bedeutung sind.

Auch wenn eine Verallgemeinerung der Resultate nur bedingt möglich ist, sind einige Ergebnisse doch sehr aufschlussreich: Beispielsweise der Befund, dass diejenigen, die die einzelnen Folgen der »Lindenstraße« als abgeschlossen wahrnehmen, die Serie insgesamt seltener nutzen. Für eine typische Endlosserie wie die »Lindenstraße« ist es also durchaus problematisch, wenn die einzelnen Episoden als einzeln rezipierbar wahrgenommen werden (vgl. dazu auch Webster/Ting-Yu Wang 1992). Um die Bindung an die Serie zu vergrößern, wäre es daher aus Sicht der Produzenten sinnvoll, die Verknüpfung zwischen den Folgen zu verstärken. Bemerkenswert erscheint auch die recht große Bedeutung von räumlicher und zeitlicher Nähe. Wenn entsprechende Zuschauererwartungen erfüllt werden, dann hat dies einen positiven Effekt auf die Nutzung. Für die Programmplanung bedeutet dies, dass überall dort, wo es möglich ist – das heißt vor allem bei Eigenproduktionen –, diesen Aspekten eine große Beachtung geschenkt werden sollte. Hervorzuheben ist auch die Rolle von Harmonie und Konfliktvermeidung. Die Wahrnehmung eines harmonischen/konfliktfreien Geschehens und die positive Bewertung der Serienhandlung als harmonisch erwiesen sich bei zwei Serien als wichtige Prädiktoren der Nutzung (vgl. dazu auch Prugger 1994: 192).

Geradezu programmatisch für die Weiterentwicklung der Qualitätsforschung erscheinen die Analyseergebnisse, die bei »GZ/SZ« ermittelt wurden. Es spricht einiges dafür, dass nicht nur bei dem Gegensatzpaar Authentizität und Transzendenz eine solche Dualität der Anforderungen vorhanden ist, sondern dass es sich um ein generelles Phänomen handelt. Qualität wäre demnach als die gleichzeitige Realisation von gegensätzlichen Anforderungen zu konzipieren, genauer gesagt als die Ermittlung

eines Idealpunkts auf einem *Spannungsbogen* zwischen jeweils zwei entgegengesetzten Polen (vgl. Vowe/Wolling 2001). In den vorgestellten Analysen wurden die einzelnen Qualitätsdimensionen isoliert betrachtet. Es erscheint aber durchaus plausibel, dass bestimmte *Kombinationen* von Qualitätserwartungen und -wahrnehmungen für die Nutzung von Bedeutung sind. Solche Muster gilt es zu identifizieren und ihren Einfluss zu modellieren. Vor allem sollte aber das Konzept der Spannungsbögen weiterverfolgt werden, sowohl bei der Operationalisierung als auch bei der Modellbildung und Datenanalyse.

LITERATUR

- AkademieKreis »Production Value – Qualität« (Hrsg.) (1997): Projekt-Entwicklung/Development und Vorbereitung. Strategien der Qualitätserzielung in Film- und Fernseh-Produktionen. Potsdam.
- Blumler, Jay G. (1979): The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies. In: Communication Research 6. Jg., S. 9-36.
- Bosshart, Louis (1994): Überlegungen zu einer Theorie der Unterhaltung. In: Bosshart, Louis/Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hrsg.): Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München, S. 28-40.
- Brosius, Hans-Bernd/Rössler, Patrick/Schulte zur Hausen, Claudia (2000): Zur Qualität der Medienkontrolle: Ergebnisse einer Befragung deutscher Rundfunk- und Medienräte. In: Publizistik, 45. Jg., S. 417-441.
- Canary, Daniel J./Spitzberg, Brian H. (1993): Loneliness and Media Gratifications. In: Communication Research, 20. Jg., S. 800-821.
- Compsi, Ronald J. (1980): Gratifications of Daytime TV Serial Viewers. In: Journalism Quarterly, 57. Jg., S. 155-158.
- Deimling, Susanne/Bortz, Jürgen/Gmel, Gerhard (1993): Zur Glaubwürdigkeit von Fernsehanstalten. Entwicklung und Erprobung eines Erhebungsinstrumentes. In: Medienpsychologie, 5. Jg., S. 203-219.
- Esser, Hartmut (1999): Soziologie: Spezielle Grundlagen. 1. Band: Situationslogik und Handeln. Frankfurt/Main.
- Früh, Werner (2002): Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie. Konstanz.
- Gehrau, Volker (1997): Der Erfolg von Filmen im Fernsehen. Eine Frage der richtigen Rezeptur? In: Scherer, Helmut/Brosius, Hans-Bernd (Hrsg.): Zielgruppen, Publikumssegmente, Nutzergruppen. Beiträge aus der Rezeptionsforschung. München, S. 58-75.
- Goodhardt, Gerald Joseph/Ehrenberg, Andrew S.C./Collins, Martin Alan (1975): The Television Audience: Patterns of Viewing. Westmead.
- Göttlich, Udo/Nieland, Jörg-Uwe (2001): Inszenierungs- und Rezeptionsweisen von Daily Soaps. In: Göttlich, Udo/Krotz, Friedrich/Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.): Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen. Opladen, S. 23-135.
- Greenberg, Bradley S./Busselle, Rick (1996): Audience Dimensions of Quality in Situation Comedies and Action Programmes. In: Ishikawa, Sakae (Hrsg.): Quality Assessment of Television. Luton, S. 169-196.
- Gunter, Barrie (1997): An Audience-Based Approach to Assessing Programme Quality. In: Winterhoff-Spurk, Peter/van der Voort, Tom H. A. (Hrsg.): New Horizons in Media Psychology. Research Cooperation and Projects in Europe. Opladen, S. 11-34.
- Hagen, Lutz M. (1995): Informationsqualität von Nachrichten. Meßmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen. Opladen.
- Hasebrink, Uwe (1997): Die Zuschauer als Fernsehkritiker? Anmerkungen zum vermeintlichen Mißverhältnis zwischen »Qualität« und »Quote«. In: Weßler, Hartmut/Matzen, Christiane/Jarren, Otfried/Hasebrink, Uwe (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen, S. 201-215.
- Herzog, Herta (1941): On Borrowed Experience. An Analysis of Listening to Daytime Sketches. In: Studies of Philosophy and Social Science, 9. Jg., S. 65-95.

- Herzog, Herta (1944): What do We Really Know about Daytime Serial Listeners. In: Lazarsfeld, Paul F./Stanton, Frank N. (Hrsg.): *Radio Research 1942-1943*. New York, S. 3-33.
- Hickethier, Knut (1996): *Film- und Fernsehanalyse* (2. überarb. Auflage). Stuttgart, Weimar.
- Himmelweit, Hilde T./Swift, Betty/Jaeger, Marianne E. (1980): The Audience as Critic: A Conceptual Analysis of Television Entertainment. In: Tannenbaum, Percy H. (Hrsg.): *The Entertainment Functions of Television*. Hillsdale, S. 67-106.
- Jäckel, Michael (1992): Mediennutzung als Niedrigkostensituation. Anmerkungen zum Nutzen- und Belohnungsansatz. In: *Medienpsychologie*, 4. Jg., S. 247-266.
- Kippax, Susan/Murray, John P. (1977): Using Television: Programme Content and Need Gratification. In: *Politics*, 12. Jg., S. 56-69.
- Leggatt, Timothy (1991): Identifying the Undefinable. An Essay on Approaches to Assessing Quality in Television of the UK. In: *Studies of Broadcasting*, 27. Jg., S. 113-132.
- Leggatt, Timothy (1996): Quality in Television: The Views Of Professionals. In: Ishikawa, Sakae (Hrsg.): *Quality Assessment Of Television*. Luton, S. 145-167.
- Liebes, Tamar/Livingstone, Sonia (1998): European Soap Operas. The Diversification of a Genre. In: *European Journal of Communication*, 2. Jg., S. 147-180.
- McQuail, Denis (1992): *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*. London, Newbury Park, New Delhi.
- Merten, Klaus (1984): Vom Nutzen des »Uses And Gratifications Approach«. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 32. Jg., S. 66-72.
- Mikos, Lothar (1994): *Es wird dein Leben! Familienserien im Fernsehen und im Alltag der Zuschauer*. Münster.
- Oehmichen, Ekkehardt (1993): Qualität im Fernsehen aus Zuschauerperspektive: Ansätze praxisorientierter Forschung. In: *Media Perspektiven*. Nr. 1, S. 16-20.
- Palmgreen, Philip/Rayburn, J.D. II (1982): Gratifications Sought and Media Exposure. An Expectancy Value Model. In: *Communication Research*, 9. Jg., S. 561-580.
- Palmgreen, Philip/Wenner, Lawrence A./Rayburn, J.D. II (1981): Gratification Discrepancies and News Program Choice. In: *Communication Research*, 8. Jg., S. 451-478.
- Prugger, Prisca (1994): Die unwiderstehliche Spiegelung des Alltags – Zur Faszination der Fernsehserie. In: Bosshart, Louis/Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hrsg.): *Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation*. München, S. 186-195.
- Rubin, Alan M. (1984): Ritualized and Instrumental Television Viewing. In: *Journal of Communication*, 34. Jg., S. 67-77.
- Rubin, Alan M. (2002): The Uses-and-Gratifications Perspective of Media Effects. In: Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hrsg.): *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Mahwah, New Jersey, London, S. 525-548.
- Rubin, Alan M./Rubin, Rebecca B. (1982): Older Person's TV Viewing Patterns and Motivations. In: *Communication Research*, 9. Jg., S. 287-313.
- Ruß-Mohl, Stephan (1994): *Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus; Modell für Europa?* Osnabrück.
- Schatz, Heribert/Schulz, Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: *Media Perspektiven*, Nr. 11, S. 690-712.
- Schenk, Michael (2002): *Medienwirkungsforschung*. 2., vollständig überarbeitete Auflage. Tübingen.
- Schenk, Michael/Büchner, Bernd/Rössler, Patrick (1986): TV-Programmvergleich: Ein Test neuer Ansätze in der Publikumsforschung. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 34. Jg., S. 73-86.
- Schenk, Michael/Rössler, Patrick (1987): »Dallas« und »Schwarzwaldklinik«. Ein Programmvergleich von Seifenopern im deutschen Fernsehen. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 35. Jg., S. 218-228.
- Scherer, Helmut/Schlütz, Daniela (2002): Gratifikation à la minute: Die zeitnahe Erfassung von Gratifikationen. In: Rössler, Patrick/Kubisch, Susanne/Gehrau, Volker (Hrsg.): *Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung*. München, S. 133-151.
- Swanson, David L. (1977): The Uses and Misuses of Uses and Gratifications. In: *Human Communication Research*, 3. Jg., S. 214-221.
- Swanson, David L. (1987): Gratification Seeking, Media Exposure, and Audience Interpretations: Some Directions for Research. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31. Jg., S. 237-254.

- Teichert, Will (1975): Bedürfnisstruktur und Mediennutzung. Fragestellung und Problematik des »Uses and Gratifications Approach«. In: Rundfunk und Fernsehen, 23. Jg., S. 269-283.
- Vorderer, Peter (1992): Fernsehen als Handlung. Fernsehfilmrezeption aus motivationspsychologischer Perspektive. Berlin.
- Vowe, Gerhard/Wolling, Jens (2001): Die Kunst der Balance. Ergebnisse einer explorativen Studie zu Qualitätskriterien für das Regionalradio. In: Rössler, Patrick/Vowe, Gerhard/Henle, Victor (Hrsg.): Das Geräusch der Provinz – Radio in der Region. München, S. 215-239.
- Webster, James G./Wang, Ting-Yu (1992): Structural Determinants of Exposure to Television: The Case of Repeat Viewing. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media, 36. Jg., S. 125-136.
- Wolling, Jens (2002): Aufmerksamkeit durch Qualität? Empirische Befunde zum Verhältnis von Nachrichtenqualität und Nachrichtennutzung. In: Baum, Achim/Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Fakten und Fiktionen: über den Umgang mit Medienwirklichkeiten. Konstanz, S. 202-216.
- Wünsch, Carsten (2002): Unterhaltungstheorien. Ein systematischer Überblick. In: Früh, Werner: Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie. Konstanz, S. 15-48.
- Zubayr, Camille (1996): Der treue Zuschauer? Zur Programmbindung im deutschen Fernsehen. München.

Korrespondenzanschrift: Dr. Jens Wolling, TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Fachgebiet Politikwissenschaft/Medien; Postfach 100565, 98694 Ilmenau
E-Mail: jens.wolling@tu-ilmenau.de